

Internet : une source d'information importante pour les Français

Internet

Posté par : JerryG

Publié le : 11/3/2010 15:00:00

59% des Français considèrent Internet comme une source d'information importante (+5 points par rapport à 2006), dont 9% qui la qualifient de « source d'information par excellence » (+2 points).

Sans surprise, les plus jeunes font une place plus importante à Internet dans leur qualité d'information que les plus âgés : 72% des 15-34 ans estiment qu'Internet est une source d'information importante (dont 14% en font la source d'information par excellence), pour 57% des 35-59 ans et 50% des 60 ans et plus. Cependant, le fossé générationnel ne se creuse pas : chaque classe d'âge présente une progression de 5 points par rapport à 2006.

Les plus nombreux à considérer Internet comme source d'information importante voire incontournable sont les habitants d'Ile de France (64%), d'Alsace et de Rhône-Alpes (63% chacun), de la région PACA et la Corse (63%) et de Picardie (62%).



Les Français sont convaincus de la complémentarité d'Internet et des journaux

Vu comme une source importante d'information, Internet ne cannibalise pas pour autant le rôle informatif des journaux. Une large majorité de Français (69%, sans évolution depuis 2006) considère Internet comme « une source d'information complémentaire aux journaux car il permet de trouver des informations de nature différente ». Il s'agit surtout des 35-49 ans (74%), devant les 15-34 ans (64%). Les Français issus des catégories socioprofessionnelles aisées sont 77% à concevoir Internet comme un complément d'information aux journaux, pour 67% des employés et ouvriers. Les plus nombreux en accord avec cette affirmation habitent en Bretagne (79%), dans le Limousin (78%) et en Auvergne (74%).

Les Français sont tout de même un quart (26%) à percevoir Internet comme « une source d'information qui remplace les journaux car il permet de trouver toutes les informations ». Les plus jeunes (15-34 ans) sont les plus nombreux à partager ce point de vue (35%), ainsi que les PCS- (30%, pour 22% des PCS+), les Alsaciens (32%) et les habitants de Franche-Comté (30%).

Les Français ne sont qu'à 1% à déclarer qu'Internet n'est pas une réelle source

d'information.

Communiquer, s'informer, se distraire, acheter : une multiplicité d'utilisations d'Internet, qui s'inscrit dans le quotidien des Français

La quasi-totalité des internautes interrogés utilise Internet pour « envoyer ou recevoir des emails » (96%), « obtenir des informations pratiques » (93%) et pour « se distraire » (88%). Viennent ensuite le « suivi de l'actualité » (80%), « l'achat de produits ou services » (76%), « l'utilisation d'une messagerie instantanée » (72%) et « la consultation d'un blog » (62%). Par rapport à 2006, les activités dont l'usage a particulièrement augmenté sont la consultation de blogs (+11 points) et l'achat de produits ou services (+6 points).

La principale évolution se situe au niveau de la régularité de ces usages. La pratique de l'ensemble des différentes activités est en effet beaucoup plus régulière, surtout pour « le suivi de l'actualité » (37% utilisent « souvent » Internet pour s'informer de l'actualité, +8 points), pour se distraire et se détendre (58% de « souvent », +7 points), et l'achat de produits ou de services (24% de « souvent », +5 points).

Publicité en ligne : du clic à l'achat

Lors de leur navigation sur Internet, la majorité des internautes français (57%) ne clique jamais sur les publicités. Cependant, près de 2 internautes sur 5 (42%) déclarent avoir cliqué sur des bandeaux publicitaires, dont 17% qui déclarent le faire de temps en temps.

Ce phénomène concerne 45% des 15-34 ans, 42% des 35-59 ans et seulement 37% des 60 ans et plus. Ils sont les plus nombreux à cliquer sur une publicité en Poitou-Charentes (48%), en Rhône-Alpes (47%), en Champagne-Ardenne et dans la région Nord-Pas de Calais.

Leurs principales motivations sont liées à l'offre proposée (81% de citations), avec une motivation également plus affirmée pour le service ou le produit proposé (59% de citations) que pour la promotion ou l'offre commerciale proposée (55%).

Mais cliquer sur un bandeau publicitaire conduit-il forcément à l'achat ? Pour 50% des personnes interrogées, ce clic peut aboutir à un achat (35% « Oui, rarement », 14% « Oui, occasionnellement », et 1% « Oui, régulièrement »). Il s'agit surtout des 15-34 ans, les habitants de Basse-Normandie (63%), de Poitou-Charentes et de Haute-Normandie (59%). Les moins nombreux viennent de Champagne-Ardenne (34%) et des Pays de la Loire (39%).

Méthodologie

L'étude sur « Les Français et Internet » a été réalisée du 26 octobre au 30 décembre 2009, par téléphone, auprès d'un échantillon national de 5 057 individus âgés de 15 ans ou plus.